

演说英语

SPEECHES ON SPECIAL
OCCASIONS

SP
E
E
C
H
E
S

宇航出版社

374368

演说英语

Ken Anhill(美) 编著
林小龙

● 宇航出版社 ●

DW-22/17
内容简介

本书汇集各种英语情景演说,内容小到自我介绍、介绍他人、口头通知;圣诞、新年、烤肉聚餐晚会致词;生日、婚礼祝词;同事晋升退休、公司庆功庆典贺词,大到毕业、开张典礼、颁奖领奖、迎送外宾致词;各种祝酒词和司仪致词。范例之多,文辞之精彩,令人叹为观止。配合外国专家朗读的磁带,是提高英文、练习口语的好材料。

本书适合外贸外事工作人员,一般知识分子、大中学生以及广大英语爱好者。

(京)新登字181号

中国书店发行

北京印刷二厂印刷

*

开:787×1092 1/32 印张:8.375 字数:188千字

1993年1月第1版第1次印刷 印数:1—10000

ISBN 7-80034-567-X/H·040 定价:5.88元

序 言

演说的历史与人类文明的历史一样渊远与灿烂。两千多年前,被恩格斯称为“古代世界的黑格尔”的古希腊哲学家、美学家亚里士多德写出了具有划时代意义的经典名著《修辞学》一书,详细阐述了修辞的艺术,亦即如何运用丰富的语言成功地影响听众的思想和行为的艺术,也可以被看作是成功地进行演说和讲话的艺术。

古希腊人普遍认为,一个人的修辞能力是参与政治过程的基本条件之一,为此,凡是不能在众人云集的广场上发表精采演说的人都是不可能赢得听众,也即公众支持的,也是不可能在政界崭露头角的。演说,不仅成为古希腊文明的某种标志,而且日益成为风靡于世的一种时尚,世代沿袭地传了下来,直至成为现代社会政治角逐、商业竞争、日常社交中不可或缺的重要组成部分。

西方文明史上,第一个成功地利用演说影响听众舆论,从而为登上政治舞台扫清通路的伟大人物就是威震四方的凯撒大帝。他认为无论是时间和空间,无论是文字和语言都必须为其政治野心服务,而其中最有力的武器不是刀剑,而是演说。他不仅经常亲自登台发表许多充满机智和风趣的演说,甚至在罗马军团进军途中还不断把他和他统率的军队的战绩写成简短而精采的演说词送往罗马广场请人代为朗读。这些演说词采用民间语言和诗歌韵律,十分生动,十分有趣,因而被拥

挤在广场的数以千计的听众争相传诵，风行于世。正是这些演说词深深打动了广大听众，在凯撒率大军凯旋而归后，罗马民众便十分自然地拥戴他成了罗马的皇帝。

现代西方社会的政治竞选，小至镇长，大至总统，无一不是依赖于惊人的演说，演说的成败在很大程度上将决定参选人的最后的成败。为此，几乎每一位参选人都会在竞选期间四处奔走、演说，事前事后还必须请专家及顾问为自己的演说作出设计和评判，而对演说的设计与评判是那样地细致而周到，几乎达到挑剔的地步。因为所有的演说必须面对公众，演说的尽善尽美似乎是理所当然应该追求的最大目标。

同样，在商品经济高度发达的现代社会里，商业竞争的成败很大程度上也将取决于商业演说的成败。商业演说和政治演说一样，不仅是成功地影响听众，赢得理解、支持、赞赏的有力武器，而且是演说人得以在公众面前成功地塑造自身形象，从而使自己和自己所代表的公司等能够在激烈的竞争中站稳脚跟，为社会所容的前提基础。

众所周知的美国前国务卿、杰出的社交家基辛格博士，在离开政治舞台转而从事商务活动以后，不仅依赖他的知识、经验及名望，主要地是依赖他的天才的演说才能及演说技巧才得以使他的“基辛格合伙公司”，财源旺盛，左右逢源。他的主要业务工作就是讲话，当然不是一般意义的讲话，而是真正意义的演说。而这些演说每年将为他的公司带来不低于五百万美元的纯收入。

而另一位天才的演说家，美国前总统里根先生也曾在为美国最大的企业之一的通用汽车公司作公共关系工作期间，也以自己杰出的商业性演说才能直接或间接地为公司带来可观的经济利益和社会效益。

应当说,成功的企业家和成功的政治家一样,必须具备娴熟而智慧的演说才能和演说风度。

笔者原是英语专业出身,在从事与外语有关的工作三年以后,又考入中国人民大学法学院攻读国际经济法。在众多的涉外交往中,我深切地感到熟练掌握英语商务及社交辞令的必要性,于是根据自己的经验,查阅了许多有关书刊,并请美国朋友 Ken Anhill 合作编成了此书。

优秀演说词的特点是,语言精练,结构多变,节奏感强,表达生动,富有感召力,因此,不但有很强的实用性,还是很好的一种文体。

无所不包的情景演说,优美流畅的英文,配合地道纯正的语音合式录音带,是增强语感,提高口语的最佳英文材料。

朗读,背诵英文演说词学习英语可以收到事半功倍,一举多得的效果。

愿本书成为您的好朋友,欢迎您提出批评意见。

林小龙

一九九二年十月于人民大学

CONTENTS

目 录

序 言	1
Unit 1 Preparing for a Speech	1
撰写讲稿 准备演说	
1. 撰写讲稿	2
2. 怎样做到自然流畅	15
3. 试讲	16
4. 演说当天的准备	20
Unit 2 Company Presentation	26
推销公司计划 赢得商业合同	
1. 怎样利用机会	26
2. 几点忌讳	27
3. 实例分析: 推销构想的艺术	28
Unit 3 Talking to the Media	39
回答记者采访	
1. 面对有利情况	39
2. 面对不利情况	40
Unit 4 Telling Others What They	
Don' t Want to Hear	44
发布消息的技巧	

	1. 如何宣布坏消息	44
	2. 如何宣布好消息	55
Unit 5	Selling Through Telephone	61
	电话推销术	
	1. 如何接电话	61
	2. 如何打电话	74
Unit 6	The Christmas Party	86
	圣诞晚会致词	
Unit 7	The New Year Party	91
	新年晚会致词	
Unit 8	Birthday Party	95
	生日祝词	
	1. 贺十六岁生日	95
	2. 贺二十一岁生日	96
	3. 贺中老年人生日	98
	4. 贺上司生日	100
Unit 9	Wedding Reception	104
	婚礼祝词	
	1. 贺同窗旧友	104
	2. 贺外国友人	105
	3. 贺同事	106
	4. 英国式的贺词	107
	5. 贺再婚者	110
	6. 好莱坞明星有关婚姻的妙语	111
Unit 10	A Barbecue	117
	烤肉聚会致词	
Unit 11	The Company Anniversary Party	121

	公司周年庆祝会致词	
Unit 12	A Wedding Anniversary	123
	结婚周年纪念	
Unit 13	A Promotion	127
	贺晋升	
	1. 贺上级	127
	2. 贺下级	129
Unit 14	Celebrating a Success	130
	庆功会致词	
Unit 15	Announcements	134
	口头通知	
Unit 16	Speeches of Introduction	136
	介绍演说人	
Unit 17	Speech of Commencement	144
	毕业典礼	
Unit 18	Opening a Business	146
	开张典礼	
Unit 19	Introducing Yourself	149
	自我介绍	
	1. 非正式场合	149
	2. 正式场合	151
Unit 20	The Role of Chairman	154
	司仪致词	
	1. 介绍演说者	154
	2. 请听众提问	156
	3. 结束提问	157
	4. 闭会演说	157

Unit 21	Toasts	163
	祝酒词	
	1. 英国某公司总裁的祝酒词	163
	2. 美国商业部长的祝酒词	164
	3. 中国官员的祝酒词	166
	4. 美国国务卿的祝酒词	169
Unit 22	Speech of Welcome	175
	欢迎会致词	
	1. 欢迎公司的外宾	175
	2. 欢迎访问学者	176
	3. 欢迎新来的美国教师	178
	4. 欢迎新来的留学生	179
	5. 欢迎来访国宾	182
	6. 国际游泳比赛开幕式欢迎词	184
	运动员代表答词	186
Unit 23	See-off Speech	191
	欢送会致词	
	1. 欢送退休者	191
	2. 欢送升迁者	194
	3. 欢送外宾	197
Unit 24	Farewell Address	199
	告别演说	
	1. 美国客商的告别演说	199
	2. 外教告别演说	201
	3. 访问学者告别演说	203
	4. 林肯的告别演说	204
Unit 25	Offering An Award	206

	颁奖致词	
	1. 年度厨师奖颁奖致词	208
	2. 戏剧奖颁奖致词	211
	3. 优秀职工奖颁奖致词	212
Unit 26	Receiving an Award	216
	领奖致词	
	1. 优秀毕业生领奖致词	216
	2. 杰出会员领奖致词	218
	3. 代表公司领奖致词	221
	4. 外企模范职员领奖致词	222
Unit 27	Speech of Nomination	226
	提名演说	
Unit 28	Speech of Inauguration	230
	就职演说	
Unit 29	Election Campaign Speech	234
	竞选演说	
Unit 30	Speech of Inspiration	239
	鼓动演说	
Unit 31	Eulogy	242
	颂词	
	1. 献给球星的颂词	242
	2. 维利和乔的告别语	244
	3. 天上出现了一片空寂的地方	246
	4. 我的祖父	247
Unit 32	Commemorative Speeches	253
	悼词	

Unit 1 Preparing for a Speech

撰写讲稿 准备演说

“工欲善其事，必先利其器”。要想演说成功既说得好，又演得精采，必须做充分准备。

很多人演说指望靠运气。他们认为准备几件要说的，找几个数据，作点笔记；在前往会场的路上想出一个笑话，这样就足以应付了。

可结果情况却发生了变化——譬如，原定的朋友聚会一下子来了百十来人。这下他心里就发了慌，脑子里乱纷纷的，现出一副尴尬像，于是，他开始说出以下这些语无伦次的话语：

Ladies and gentlemen—how nice it is to see you all here. I had no idea so many of you would turn up, considering the weather and one thing and another. Yes... Well... I'm certainly glad to see you all here... Er... And I want to say, 'Welcome'... Yes, indeed... and in saying 'Welcome' I feel a bit like Groucho Marx who told his audience, 'Hello, I must be going.' And so... Without more ado I'll hand you on to...

“女士们，先生们，能在这儿见到大家我太高兴了。考虑到天气和其它因素，我没料到会有这么多人出席。是的……啊……见到你们都来了我当然很高兴……呃…我想说‘欢迎’…是的，的确……在说‘欢迎’的时候，我有点象 Groucho Marx，他告诉听众说：‘你们好，我该告辞了。’好了，我不多说了，下面请……讲话。”

这种场面太令人难堪了！如果准备工作做得好，所有这都可以避免，而不至于当众出丑。

1. 撰写讲稿

出色的演说如同优美的故事，应该结构完整，有开头，有主体，有结尾；而且应该思路连贯，有逻辑性，结论也令人心悦诚服。

与故事不同的是，演说稿的准备应从结论开始。

(1) 确定目的

就连最简单的演说，例如主持人答谢词也有一个预想的目标——演说者希望听众对大会程序感到满意，最后在热烈的掌声中宣布会议结束。

经理在公司政策改变时对职员讲话的目的通常是为了赢得职员的理解和支持。而支持竞选候选人的演说拉得了选票才算达到了目标。

(2) 找出主要论点

假设某镇要举行集会，抗议拟议中将经过该镇修筑的一段公路。你作为群众领袖和修这条路的强烈反对者，要准备在集会上发表演说。

演说的目的很明确——争取中间派，壮大抗议队伍。为达

此目的,先把最能打动听众的论点归纳如下:公路横穿田野将损坏自然风光;会引来效游者打破小镇的安宁;还会使房地产贬值。

以这三点为核心,演讲的大致结构就出来了。

(3)预计反对意见

还是拿某镇的公路为例。也许镇里那些做买卖的人会欢迎游客光顾,因为这将刺激商业发展。如何说服他们改变主意呢?

毫无疑问,他们的意见是不容忽视的。受到强烈反驳却无力回击,这种演说是不能指望赢得听众的。

(4)解决问题

这与上一点有些重复,但这一次的问题由演说者自己提出。例如,即使某镇全民一致反对修筑公路,但是如果他们提不出替换路线,反对仍将无济于事。要想引起重视,演说者必须设法拿出解决方案来。

在这一准备阶段,演说稿还是一堆笔记,这时不要急于完稿。有经验的人总是留出时间来推敲。经过几天的深思熟虑以后,材料的组织安排就会更严谨,演讲也会更生动有力。

(5)写出讲稿全文

有人认为将稿子全文定出来没有必要。其实不然,打草稿有助于语句流畅,增强逻辑性,提高说服力。

写讲稿是为了及时发现演说的优缺点。有时在一般谈话中能讲得很明白的事,写在纸上念起来就含糊不清。在闲聊时听来的俏皮话到正式场合便显得不登大雅之堂。相反地,有些并不起眼的小事写在讲稿中却恰到好处。

以上是写讲稿的五个步骤。下面以具体实例说明五步骤

的具体操作过程。

Adam Williams, 英国伦敦一家旅行社的经理, 应邀到一个饭店经理大会上讲话。他要谈的是英国旅游业及其前景。

他很乐意有这种机会。因为他的工作同外国游客直接打交道, 所以他很了解英国饭店的服务情况, 对这一问题很有发言权, 这次正好借机向那些可以解决问题的人直接阐述自己的观点。

怎样才能讲好这个问题呢? 经过再三考虑, Adam 拟了这个题目: “旅游业及其前途, 我们是否正处在输给对手的危险之中呢?” “The Tourist Industry and Its Future. Are We in Danger of Losing Out to Our Competitors?” 题目是有点俗气, 但表达了演说目的, 即说明旅游业蓬勃发展的同时, 其前景却取决于我们的服务是否能使游客感到钱化得值得。

准备到这儿, 很容易得出结论: 剩下的事就一帆风顺了。换了别人, 他也许会按惯例先感谢会议主持人的邀请, 说些能在这样的名流聚会上演说深感荣幸之类的客套话, 然后在对有名无实的饭店服务水平展开措词严厉的攻击以前, 讲一个笑话——由于预定时出错, 结果使得两对度蜜月的新人不得不共用一个单人房间。

但 Adam 心里清楚, 这样虽然简单直接, 却几乎肯定会失败。

他知道, 要想自己的批评有份量, 就必须讲得更具体。又因为他只有时间讲两三个问题, 所以他还必须有所选择。这就是写讲稿时必须注意的第二个问题: 建立演说的核心。

Adam 记下了以下几点考虑:

* Britain has many outstanding tourist attractions including

a much loved capital, an admired cultural heritage, historical monuments and splendid scenery.

* Tourists praise all this but are less than complimentary about hotels and their standards of service.

* The position might not be so serious if high prices guaranteed excellent service. In fact, some of the best tourist hotels are those which charge modest rates.

* For the moment the tourist industry is booming but there could be a rapid turnaround if, for example, there was another bad summer or the dollar weakened against the pound.

* 英国有许多著名的旅游点,包括非常受人喜爱的首都,令人景仰的文化传统、历史古迹和优美的风景。

* 游客对这些都赞叹不已,唯独对饭店服务不敢恭维。

* 如果收费高能保证服务质量高,问题也许不会这么严重。但实际上有些最好的饭店收费都很合理。

* 暂时旅游业很兴旺,但如果出现诸如秋季不景气或美元对英镑比价下跌,情况就会急转直下。

到现在为止,Adam 进展顺利,他心里已有了明确目的,对自己要讲的内容也有了粗略打算。

但他的意见肯定会受到激烈反驳。例如,有些饭店经理会说,旅游旺季客房供不应求,他们可以随意收费,没有必要限制最高价格。降价只能招来更多的低薪游客。唯一明智的策略是瞄准上层市场的有钱阶层。

Adam 知道,用商业道德的号召是无法驳倒这一论点的。如果没有令人信服的反驳,听众就会选择他们认为最容易的

发财之路。苦思冥想之后,他得出以下三段作为回答。

* Even the big spenders, he will point out, do not like to feel they are throwing money away. If word gets around that leading British hotels are a rip—off, tourists will soon veer away to countries where they are treated with greater respect.

* A distinction must be made between London and the rest of the country. In London, for the moment anyway, the attractions of the capital outweigh complaints about high prices and inferior services. Elsewhere, tourism is still an infant industry which needs more reasonably priced, quality hotel accommodation to help it grow.

* It is a big mistake to ignore the interests of the less affluent tourists. They are the future. If the tourist industry is to grow it must cater for a higher proportion of middle—income visitors.

* 他将指出,即便是那些大亨也不愿意有白花钱的感觉。如果英国大饭店都是骗钱的地方这样的话传播开去,游客势必会游到待他们更尊重的国家去。

* 伦敦和其它地方必须区分开来。在伦敦,至少是现在,首都的吸引力压过了对于高收费和低质量服务的抱怨。其它地方旅游业刚刚起步,需要有价格合理,水平质量高的旅馆扶持发展。

* 冷落不怎么富余的游客是完全错误的。他们代表未来。旅游业要发展必须考虑吸引更多中等收入游客。

Adam 讲稿的结构已见端倪,但还缺一个主要内容。既然提出了问题,他就有责任提出实际的解决办法。批评容易,但